Módulo 2 Comunicación y Tecnología

BAJO LA LUPA

Preguntas:

¿Qué tan dispuestos estamos a normalizar que nuestros movimientos, compras, visitas, y demás sean monitoreados para fines de los minoristas?

¿Hasta qué punto es “correcto” que nuestros datos personales, movimientos y nosotros mismos seamos rastreados y para qué fines?

Destacados:

Uno de los textos que más me llamó la atención fue el de The Aisles Have Eyes por Joseph Turow, ya que me hizo reflexionar acerca de lo invasivos que pueden llegar a ser los minoristas con tal de vender, pero lo peor del caso y que más me llamó la atención, es lo poco que le damos importancia a que nos monitoreen y utilicen esa información para su beneficio, lo cual se me hace invasivo.

Lo que destaco del texto es:

El mundo del comercio minorista físico está cambiando radicalmente, y debe hacerlo lo antes posible, ya que tiene una competencia (las compras en línea) que le está llevando la delantera en cuanto al rastreo de compras que hacen los consumidores.

La táctica que ellos están utilizando para los cambios que están ejerciendo, lo hacen lentamente para que no nos demos cuenta y casi no le demos importancia y de un momento a otro lo normalicemos y sea parte de nuestras vidas. Cambios o beneficios personalizados, como ellos le llaman, son las tácticas que utilizan, pero antes de que normalicemos y le demos la

bienvenida a todo esto, deberíamos de hacer consciencia del detrás de cámaras del registro y sus consecuencias que esto tiene.

Brandon Fischer, predijo que para el 2028 la mitad de los americanos llevarán consigo aparatitos o chips que registren tus movimientos mientras caminas por los pasillos de la tienda, basado en cuánto ves un producto y si te gusta o no. El tráfico que los minoristas pueden rastrear a través de esas puertas físicas es enorme.

Ellos afirman que la única forma de que sobrevivan es monitoreando a los consumidores al igual que lo hacen electrónicamente. Esto incluye el uso de sus fuentes de datos para crear mensajes personalizados a medida que los rastrea cuando van a la tienda y avanzan por los pasillos. Implica recopilar o comprar información sobre los antecedentes y las actividades de los compradores con o sin su permiso o conocimiento explícito.

Tanto argumentan por regular este monitoreo, pero por otro lado, al mismo tiempo e irónicamente, nos piden normalizar el dar información personal para ser monitoreados, entonces para llevarnos bien con el siglo XXI hay que renunciar y darnos por vencidos y aceptar el monitoreo.

Texto relacionado:

Este mismo texto lo relacionaría con el video de Ted Talk: Why Privacy Matters por Glenn Greenwald, en el que hace referencia a justo no normalizar el ser monitoreados y darle prioridad a nuestra privacidad de datos, movimientos, compras, y los que vemos en internet.

Por otro lado, el texto The Beginnings of the End of Privacy por Sarah E. Igo también se relaciona, ya que justamente explica de distintas formas cómo nuestra privacidad nos pertenece cada vez menos a nosotros mismos y cada vez más a otros.

Recomendación:

“How Stores Follow Every Step You Take” escrito por el Staff de la revista estadounidense The Atlantic.

The Atlantic es una revista estadounidense y editor multiplataforma. Fue fundada en 1857 en Boston, Massachusetts, como The Atlantic Monthly, una revista de comentarios literarios y culturales que publicaba los comentarios de los principales escritores sobre la abolición de la esclavitud, la educación y otros temas importantes en los asuntos políticos contemporáneos. Sus fundadores incluyeron a Francis H. Underwood y escritores prominentes Ralph Waldo Emerson, Oliver Wendell Holmes Sr., Henry Wadsworth Longfellow, entre otros. James Russell Lowell fue su primer editor. Esta revista es conocida por publicar piezas literarias de escritores destacados.

El texto explica cómo comprar con nuestro celular en la bolsa o el bolsillo les brinda información de rastreo para que puedan saber no solo que están en la tienda sino lo que has comprado antes, por los pasillos que estuviste y las ofertas que puede llegar el vendedor a ofrecerte en el momento para que realices más compras.

https://www.theatlantic.com/sponsored/ibm-transformation/how-stores-follow-every-step-you-take/240/